



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

GRADO EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2019/2020

PEDRO ORTIZ SOBREMAZAS

**La Vuelta Ciclista a España a su paso por Cantabria: influencia
en el turismo**

**La Vuelta Ciclista a España as it passes through Cantabria:
influence on tourism**

DIRECTOR

D. Ana Isabel Palazuelos



Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

**GRADO EN GESTIÓN
HOTELERA Y TURÍSTICA**

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2019/2020

Fecha de entrega: 16/06/2020

AUTOR: Pedro Ortiz Sobremazas

**TÍTULO: La Vuelta Ciclista a España a su paso por Cantabria:
influencia en el turismo.**

DIRECTOR: Ana Isabel Palazuelos Ruiz

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a:

AGRADECIMIENTOS

Tras un largo período de seis meses, hoy logro finalizar mi trabajo de fin de grado. Escribir este trabajo no ha sido sencillo y quiero agradecer a todas esas personas que me han ayudado y apoyado durante este proceso para conseguir el objetivo.

Primero de todo, me gustaría agradecer a las diferentes empresas del sector que durante la realización de mi trabajo me han ayudado con numerosas informaciones con las que he conseguido llegar a cumplir mis objetivos.

Por otro lado, a mi directora de TFG, Ana Isabel Palazuelos. Me has ayudado y apoyado en todo momento y siempre has estado ahí cuando lo he necesitado.

También me gustaría agradecer a mis padres y mis hermanos por sus consejos y su paciencia, en especial a mi hermano Gabriel, quien me ha aconsejado a lo largo de todo el trabajo debido a su experiencia en anteriores trabajos guiándome siempre por el buen camino.

¡Muchas gracias a todos!

Pedro Ortiz

Santander, 16 de junio de 2020.

Escuela Universitaria
de Turismo
ALTAMIRA

RESUMEN

El impacto en el turismo provocado por los eventos deportivos en el último siglo ha sufrido un incremento considerable y como resultado de este aumento se ha ido desarrollando una nueva rama dentro del sector, el turismo deportivo. El objetivo principal de esta investigación consistirá en analizar el impacto turístico de uno de los eventos ciclistas más conocidos del mundo, La Vuelta Ciclista España, tanto a nivel nacional, como para nuestra comunidad autónoma.

Palabras clave: turismo deportivo, deporte, impacto hotelero, ciclismo, Cantabria

ABSTRACT

The impact on tourism caused/generated by sports events in the last century has suffered a considerable increase, as a result of this increase a new branch has been developing within the sector, sports tourism.

The main objective of this research is to analyse the tourist impact of one of the best-known cycling events in the world, La Vuelta Ciclista España, both nationally and for our autonomous community.

Keywords: sports tourism, sports, hotel impact, cycling, Cantabria

1.	INTRODUCCIÓN.....	2
2.	METODOLOGÍA.....	3
3.	EL TURISMO DE EVENTOS DEPORTIVOS	5
3.1.	CONCEPTO	5
3.2.	CLASIFICACIÓN	5
3.3.	CARACTERÍSTICAS DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS	6
3.4.	TIPOS DE TURISTAS	8
4.	IMPACTO TURISTICO DEL TURISMO DEPORTIVO.....	9
4.1.	EJEMPLO: VUELTA CICLISTA ESPAÑA.....	9
4.2.	HISTORIA DE LA VUELTA CICLISTA ESPAÑA	11
4.3.	LA VUELTA 2020 TRAS EL COVID-19	12
5.	PROBLEMÁTICA AL MEDIR EL IMPACTO ECONÓMICO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS	16
6.	INFORME DEL IMPACTO TURÍSTICO Y SOCIAL.....	19
6.1.	VALORACIÓN IMPACTO SOCIAL.....	21
6.2.	VALORACIÓN IMPACTO TURÍSTICO	22
7.	IMPACTO EN <u>CANTABRIA</u>	24
8.	IMPACTO MEDIATICO DEL EVENTO DEPORTIVO.....	26
9.	IMPACTO EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE CANTABRIA.....	29
10.	CONCLUSIONES Y PROPUESTAS/RECOMENDACIONES	33
11.	INDICE DE IMÁGENES	36
12.	BIBLIOGRAFÍA.....	37
13.	ANEXOS	39
13.1.	ANEXO 1.....	39
13.2.	ANEXO 2.....	40
13.3.	ANEXO 3.....	41

1. INTRODUCCIÓN

A través de este trabajo busco llegar a conocer el impacto social y económico que puede llegar a provocar la celebración de un evento deportivo en una comunidad autónoma determinada.

En pleno siglo XXI, todo lo que rodea al deporte genera un impacto positivo para la sociedad, con grandes beneficios y no solo económicos. En el caso del sector turístico podemos destacar, el gran avance en los últimos años por parte de los turistas, quienes son capaces de recorrerse medio mundo únicamente para poder ver a su equipo favorito en directo, ver su competición favorita o incluso practicar algún deporte que en su zona geográfica no pueden por las circunstancias que sean.

El mundo del deporte actualmente acapara gran parte de las noticias de las prensas internacionales, y aún más, cuando se celebran los eventos más especiales como pueden ser la Copa del Mundo de fútbol o los JJOO.

El poder acoger parte de estos eventos, es un lujo para las comunidades autónomas y sus ciudades. No sirven únicamente para obtener beneficios económicos, sino que también , para lograr el crecimiento de éstas, con nuevas infraestructuras, generando numerosos puestos de trabajo para la población que reside en estas localidades y con grandes resultados en el sector turístico, ya que estos eventos y su nivel mediático, son un espejo para la población del resto de países, que en futuros no muy lejanos les visitaran y harán que incremente en gran parte el número de turistas que visitan la comunidad.

En el caso de España, es considerado uno de los países preferidos para la celebración de este tipo de eventos, ya que por carácter general la población española destaca por tener afición al deporte y a su vez, el país cuenta con grandes ciudades e infraestructuras las cuales pueden acoger todo tipo de eventos y cumplir con creces los objetivos de estos.

Hoy en día, España ha sido sede central de números eventos deportivos de los más prestigiosos, claros ejemplos fueron los JJ OO de Barcelona 92 o el mundial de fútbol de la FIFA del año 82.

El motivo principal por el cual he decidido escoger este tema, es mi pasión por todo lo relacionado con el deporte, por lo que considero que disfrutare haciendo este trabajo, demostrando el gran impacto que genera La Vuelta en mi comunidad autónoma, Cantabria.

2. METODOLOGÍA

Dentro del trabajo que voy a realizar y con el fin de demostrar la temática de éste, voy a llevar a cabo una investigación cuyo objetivo va a ser demostrar el impacto que genera La Vuelta en nuestra comunidad autónoma, y para esto voy a seguir una serie de pautas que son las siguientes:

Objetivo: Recabar la máxima información posible con el fin de obtener un resultado que sea lo más completo posible y nos muestre el impacto que genera La Vuelta en Cantabria.

Objeto de estudio: Procederé a analizar un informe del impacto económico y social generado por la Universidad de Murcia sobre la última edición de La Vuelta.

Por otro lado, me encargaré de realizar una serie de encuestas a cuatro establecimientos hoteleros de la región situados en diferentes localidades, y así obtener una mayor muestra y observar el impacto de La Vuelta a su paso por Cantabria.

Como ejemplo de establecimientos hoteleros, en primer lugar, he elegido el Hotel Bahía, es uno de los más emblemáticos de la ciudad de Santander, hotel de 4 estrellas ubicado frente a la bahía, mantendré una conversación mediante correos con su director, Sergio Peón.

En segundo lugar, me pondré en contacto con el hotel Faro de San Vicente, con su directora Patricia Diaz. El Hotel se encuentra en la apacible localidad de San Vicente de la Barquera, a 10 kilómetros de Comillas y a media hora de Santander, y mediante este hotel buscamos un claro ejemplo del impacto ya que la pasada edición, la etapa transcurrió por San Vicente.

En tercer lugar, me pondré en contacto con el Hotel Torresport y su jefe de recepción Jesús Martínez, este hotel tiene una categoría de 4 estrellas y se encuentra situado en la localidad de Torrelavega en el centro de Cantabria.

Por último, contactaré con el Hotel Abba Comillas Golf, hotel de 4 estrellas situado en el centro de los terrenos del campo de golf Rovacías. Este hotel es un clásico para muchos equipos de ciclistas y obtendré información importante a través de Isidro Ruíz, personal de dirección de dicho hotel.

Recogida de datos: Como anteriormente ya he mencionado, obtendré información muy necesaria a través de un informe realizado por la Universidad de Murcia, a cerca del impacto generado por La Vuelta durante su pasada edición.

Junto con las encuestas a realizar por los diferentes establecimientos hoteleros, ambos van a ser los instrumentos clave dentro del trabajo, que me ayuden a lograr el objetivo de demostrar el impacto que genera en Cantabria dicho evento.



3. EL TURISMO DE EVENTOS DEPORTIVOS

3.1 CONCEPTO

Según Blázquez (2014, p. 48) "El turismo deportivo se define como aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas (no comerciales) para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual".

3.2 CLASIFICACIÓN

Existen diferentes maneras de clasificar el turismo deportivo. Por ejemplo, tal y como defienden Gammon y Robinson (1997), existen dos tipos de modalidades, el turismo estricto y el blando.

En primer lugar, el turismo estricto hace referencia a la actividad turística, donde el evento deportivo es el principal aliciente para que los turistas decidan viajar a un determinado lugar, como puede ser los Juegos Olímpicos o la Copa Mundial de la FIFA.

En segundo lugar, el turismo blando, hace referencia a la actividad turística, donde el evento deportivo se enfoca de una manera ociosa para el turista, como puede ser visitar un lugar para hacer senderismo o jugar al golf.

Por otro lado, Gibson (1998) defiende que se puede clasificar en tres diferentes modalidades: Turismo Deportivo de Eventos, Turismo Deportivo de Celebridades y el Turismo Deportivo Activo.

El Turismo Deportivo de Eventos, es un tipo de turismo que se refiere a los visitantes que visitan una ciudad o región con el propósito de ver los acontecimientos deportivos que allí se están llevando a cabo. El mejor ejemplo de esto sería durante los Juegos Olímpicos. Cada ciudad que es sede olímpica recibe una inmensa cantidad de turismo durante la época en la que se están desarrollando los juegos procedentes de los diferentes países participantes, los cuales aportan grandes cantidades económicas al sector turístico.

También se encuentra el Turismo Deportivo de Celebridades, este se orienta en dos áreas concretas:

En primer lugar, incluye todas esas visitas y viajes que se realizan con la intención de acudir a museos, salones y todo tipo de lugares relacionados con el deporte. Un ejemplo sería el visitar campos de fútbol y sus museos interiores, ferias del deporte, etc.

En segundo lugar, incluye las visitas a lugares vacacionales a los que también van famosos deportistas. Muchas personas eligen su lugar de vacaciones en función del sitio donde veranean sus celebridades preferidas con la intención de encontrarse con ellas y verlos en persona.

El Turismo Deportivo Activo es aquel que realizan las personas con la intención de practicar alguna actividad deportiva. Muchas personas viajan a lugares en los que las instalaciones son mejores para un tipo de deporte, existe una afición especial en dicha región o simplemente el paisaje es más agradable. Por ejemplo, es muy común que la gente busque lugares especiales donde practicar golf con la intención de conocer nuevos campos de golf o gente que visita que diferentes lugares con el objetivo de practicar surf en playas cuyo mar se lo permita.

Si existe algo en común entre todos estos tipos de clasificaciones de viajes deportivos es solo una cosa: la pasión por el deporte. Los viajeros aficionados al deporte disfrutan practicando su actividad preferida allá donde vayan, son capaces de mover cielo y tierra para encontrar el lugar idóneo donde practicar sus hobbies y una vez allí, descargan toda su adrenalina. Los golfistas recorren el mundo entero en busca de nuevos campos de golf, los atletas buscan terrenos nuevos donde pisar fuerte y los futbolistas no se perderían ver el estadio del equipo que llevan en el corazón.

3.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS

En lo referente a las características de los eventos deportivos, observamos que la Revista Problemática nos da a conocer cuáles son las principales que conforman un evento deportivo.

En primer lugar, se tiene en cuenta el número de asistentes, ya sea como espectador o como competidor. Con este número se refleja el revuelo que puede llegar a causar el evento, el cual no está relacionado con el dinero que se puede llegar a mover, es decir, puede acudir un número muy grande de espectadores, pero no generar un beneficio tan grande como otros eventos deportivos con un menor número de participantes.

Un claro ejemplo de dicha característica, pueden ser los partidos de baloncesto en la NBA, en estos partidos acuden numerosa gente, pero no llega a la cifra de grandes maratones, aun así, esta competición es una de las que mayores beneficios puede generar a lo largo del año en todo el mundo.

En segundo lugar, una de las principales características, sería la regularidad con la que se producen los diferentes eventos. Los eventos que se celebran anualmente o con una frecuencia aún más inferior, son eventos regulares, estos eventos hacen referencia a cualquier liga de cualquier deporte, como puede ser, la LFP en España.

Después nos podemos encontrar eventos irregulares, los cuales con carácter general suelen celebrarse de manera menos frecuente y no siempre en un mismo sitio o sede, dentro de este tipo de evento, podemos mencionar los mundiales de fútbol o baloncesto, en el caso del fútbol se celebran cada 4 años.

Por último, encontramos una tercera modalidad, esta engloba las dos anteriores, ya que se produce de manera regular, eso sí, varía la sede central del evento. Un ejemplo de este tipo de evento podría ser el mundialito de clubes de la FIFA.

La tercera característica que podemos diferenciar es el impacto mediático que causa el evento deportivo, como mencionaré a lo largo del trabajo, La Vuelta es un evento el cual genera un gran impacto, del que el sector turístico y el propio evento pueden salir beneficiados.

En cuarto lugar, se encuentra la frecuencia con la que se produce un evento deportivo anualmente en la misma sede. Por ejemplo, un campeonato europeo de fútbol no suele repetirse en una misma ciudad en el periodo de un año, sin embargo, cada dos semanas más o menos los equipos de fútbol profesional compiten en su campo local, generando el mismo evento deportivo con diferentes rivales de una manera bastante regular.

En último lugar, he de destacar la capacidad económica del evento, dependiendo el tipo de evento que sea o su popularidad, será más sencillo recuperar todo lo invertido por parte de la organización del evento, es mucho más sencillo en el caso de deportes conocidos como puede ser una Champions League de fútbol o un torneo de tenis como puede ser Roland Garros, que para ciertos deportes que no tienen tantos seguidores como puede ser el rugby en España o ciertas modalidades dentro del atletismo.

3.4 TIPOS DE TURISTAS

Tal y como defiende en su investigación Fernández (2014), basándose en los argumentos defendidos por Herstein y Jaffe, los turistas deportivos son aquellas personas que participan en actividades deportivas durante sus vacaciones, pudiéndose clasificar en tres categorías:

Participantes del evento: son aquellas personas que viajan para participar en un evento deportivo organizado. Este puede ser el caso de cualquier deportista el cual realiza un viaje al destino donde va a competir y se hospeda en un hotel, como puede ser cualquier equipo de fútbol cuando no compite como local en su propio estadio.

Espectadores del evento, estos son los asistentes a un evento deportivo organizado, el claro ejemplo es el de un fan a nivel ya sea de equipo o nacional, que viaja a los diferentes países donde vayan a participar sus equipos.

Por último, se encuentran los amantes del deporte, que viajan con el fin de participar en deportes autoorganizados, como puede ser el claro ejemplo de los golfistas o los surfistas. Es un tipo de turista el cual necesita unas condiciones climatológicas adecuadas y buscan instalaciones en las cuales puedan desarrollar su deporte de la mejor manera posible.

En Cantabria en concreto durante la última década ha aumentado en gran cantidad la afluencia de visitantes cuyo objetivo principal es el visitar nuestra comunidad por temas relacionados con el deporte.

Según un artículo publicado por Palomo (2019) en el diario El País, Cantabria se encuentra entre las comunidades que más turistas reciben con el objetivo de practicar surf. La noticia nos cuenta que Cantabria también vive el *boom* del surf.

Finalmente, la autora argumenta que "Según datos del Gobierno cántabro, este deporte les genera una facturación anual de 12,1 millones de euros y atrae a 38.000 visitantes al año. Allí se encuentra otro de los referentes de este deporte en nuestro país, la playa de Somo, en Ribamontán al Mar, que se junta con la de Loreda para formar un total 7 kilómetros de olas que hacen las delicias de los mejores surfistas", este municipio es uno de los que más se ha beneficiado de la llegada de turistas de diferentes lugares para realizar este deporte dejando grandes cantidades de dinero que le ayudan a mejorar día a día el municipio.

4. IMPACTO TURISTICO DEL TURISMO DEPORTIVO

Respecto al impacto turístico de los eventos deportivos, según un artículo publicado por la agencia EFE en 2019, el turismo deportivo ha crecido un 41%.

Según la doctora y profesora de los Estudios de Economía y Empresa e investigadora del grupo NOUTUR (Nuevas Perspectivas en Turismo y Ocio) Nicole Kalemba, en 2017 a España nos visitaron más de 10 millones de turistas de todos los lugares del mundo cuyo objetivo del viaje estaba relacionado con el deporte, y que dejaron ingresos en nuestro país de unos 14.000 millones.

Lo que significa un incremento del 41,5 % con respecto al año 2010, Kalemba pone como ejemplo los torneos de fútbol sub-18 de la Costa Dorada en los cuales ascendió la ocupación hotelera al 85 % durante Semana Santa.

En Madrid, la final de la Champions aumento la cifra de los 60 millones de euros, un claro ejemplo del éxito también del turismo deportivo pasivo, según la investigadora.

Kalemba argumenta que los que viajan para temas relacionados con la práctica de algún deporte buscan facilidades para llegar al destino, que este cuente con las instalaciones adecuadas con actividades complementarias que puedan realizar en el destino y con un buen clima que les permita realizar las actividades causantes del viaje.

4.1 EJEMPLO: VUELTA CICLISTA ESPAÑA

Los eventos deportivos se consideran una oportunidad para que las ciudades o países se desarrollen en el sector turístico, dichos eventos traen consigo oportunidades para conseguir empleo directa o indirectamente, ya que la población puede conseguir trabajo en la organización de los eventos de forma directa pero también de forma indirecta ya que se crean nuevas infraestructuras como estadios, hoteles, restaurantes, los cuales necesitan nuevos empleados y no solo benefician al turista que vaya a disfrutar de los eventos sino también a la población local ya que es una gran oportunidad de conseguir empleo para las personas que se encuentren en paro.

Por otro lado, un punto positivo de la implantación de estos eventos en los diferentes países o ciudades que participan es que, en muchos de estos destinos, los eventos deportivos ayudan a desestacionalizar la zona, ya que en muchos lugares como puede ser Cantabria, durante

gran parte del año sobre una desestacionalización evidente la cual genera grandes diferencias en los resultados turísticos dependiendo la época del año.

Respecto a Cantabria a lo largo de estos años ha tenido un calendario de eventos deportivos bastante diverso, cabe destacar el Mundial de Vela en el año 2014, el cual aportó grandes números al sector turístico y del cual también salió beneficiado la propia población de Santander con diferentes arreglos como puede ser la innovación del dique de Gamazo, el cual gracias a la presencia de este mundial fue renovado por el ayuntamiento de Santander.

Por otro lado Santander siempre ha tenido como referente del deporte en su región al equipo de fútbol del Real Racing Club de Santander, el cual milita en la liga de fútbol profesional española en su segunda división , pero que durante muchos años fue un club que militó en la primera división española fundándola junto con otros grandes equipos, actualmente salvo partidos excepcionales no trae un gran número de turistas de equipos rivales a Santander , pero cabe destacar que puede ser un punto muy atractivo si continúa en la elite profesional ya que tanto los jugadores rivales y el staff técnico como muchos de sus aficionados visitan los diferentes campos alrededor de España y pueden llegar a ayudar a desestacionalizar en parte el turismo en Santander.

Después Cantabria posee diferentes eventos deportivos que poco a poco van creciendo en el panorama nacional e internacional, como pueden ser el evento de la Vaca Gigante, actualmente en nuestra comunidad el surf aporta grandes cantidades al sector turístico, como puede ser el caso del Ayuntamiento de Ribamontán al Mar que gracias al surf posee grandes beneficios económicos.

Por otro lado también destacar los 10.000 del Soplo, este evento tiene su sede en Cabezón de la Sal (Cantabria), cuenta con 10 modalidades diferentes, desniveles y perfiles, apto para todos los públicos independientemente de un nivel cada participante podrá apuntarse en una de sus modalidades.

En 2020 esperan repetir el número de inscripciones que consiguieron en años anteriores, la cifra en los años anteriores rondaba los 10.000 participantes como su nombre bien indica por lo que lograron acabar con todos los dorsales disponibles.

Por ultimo y la más importante y en la cual vamos a centrar toda la investigación de este trabajo es la vuelta ciclista España, más en concreto en su paso por nuestra Comunidad Autónoma, Cantabria.

Las grandes carreras por etapas son las pruebas más codiciadas del calendario y que contienen en sí mismas el espíritu del Ciclismo. En ellas se mezclan el sacrificio, el coraje y el esfuerzo de estos deportistas, que nos hacen vibrar y disfrutar de este gran espectáculo.

Según el portal web de Unipublic, una conocida agencia organizadora de eventos, "La Vuelta Ciclista a España es una competición por etapas de ciclismo en ruta disputada en España. Su duración de tres semanas, la hace formar parte, junto con el Tour de Francia y el Giro de Italia, del grupo de carreras conocidas como Grandes Vueltas."

4.2 HISTORIA DE LA VUELTA CICLISTA ESPAÑA

En pleno siglo XX, más en concreto en el año 1935, comenzó La Vuelta, esta tiene sus inicios en la capital de nuestro país, Madrid. En la primera edición fueron 50 participantes los que se pusieron a prueba en esta larga y dura aventura ciclista.

Durante estos años los competidores acudían a la vuelta con unas pesadas bicicletas de hierro y llevaban consigo sus parches y herramientas para arreglar las averías. El belga Gustaaf Deloor fue el primero en ganar esta competición. Estos participantes recorrieron un total de 3.425 kilómetros desde el 29 de abril al 15 de mayo en catorce etapas, de las que más de la mitad superaban los 250 kilómetros.

La guerra civil interrumpió la celebración de este evento durante varios años. No volvió a disputarse hasta 1941 con una participación especialmente española, ya que la II Guerra Mundial mermó la presencia de corredores extranjeros.

Desde entonces la carrera ha recorrido España y ha provocado la admiración de los ciudadanos por este deporte popular que ha creado auténticos mitos. Anquetil, Pulidor, Jan Janssen, Gimondi, Ocaña, Merckx, Fuente, Hinault, Pedro Delgado, Tony Rominger, Abraham Olano, Jan Ullrich, Alejandro Valverde y Alberto Contador estos son los ciclistas más famosos que consiguieron alzarse con el triunfo de esta complicada competición.

Otros como Bahamontes o Indurain no la ganaron, pero sí que lograron estar entre los mejores consiguiendo grandes marcas y puestos durante su experiencia en esta competición.

Actualmente el mundo del ciclismo ha cambiado en grandes aspectos como el uso de las máquinas de fibra y materiales ligeros. A pesar de todos estos cambios el objetivo de este evento sigue siendo el mismo, el triunfar y conseguir ser el mejor en esta importante competición desarrollada en el país español.

4.3 LA VUELTA 2020 TRAS EL COVID-19

La Vuelta 20 tenía como objetivo el comenzar su recorrido por cuarta vez en su historia, desde el extranjero. El pelotón iba a partir de los Países Bajos, desde Utrecht, 's-Hertogenbosch y Breda las cuales eran las ciudades encargadas de dar el pistoletazo de salida a la carrera.

Tras una primera jornada de descanso, La Vuelta volvería de regreso a España, a uno de sus principales puntos del mapa, el País Vasco. Tras el paso por el País Vasco, el pelotón se hubiese dirigido a Navarra, Soria, Zaragoza y Huesca, antes de volver a los Pirineos franceses.

Tras esta etapa, los corredores hubieran disfrutado de su segunda jornada de descanso, ya que las próximas etapas iban a ser durísimas recorriendo la mitad norte de la Península, visitando diferentes lugares como Álava, La Rioja, Burgos, Palencia, Cantabria y Asturias

Durante su fase final, la carrera hubiese pasado el oeste de la Península, con dos etapas y una salida desde Galicia incluyendo una contrarreloj individual con final en el Mirador de Ézaro.

La Vuelta 2020 en principio hubiese rondado en torno a una distancia total de 3.245 kilómetros. Desde el viernes 14 de agosto hasta el domingo 6 de septiembre.

Dentro de las 21 etapas, 8 de ellas eran etapas llanas, 6 etapas de media montaña, 5 etapas de montaña, 1 contrarreloj individual, 1 contrarreloj por equipos.

Dicho esto, siendo la edición de 2020 la organización de la vuelta hubiera querido realizar un recorrido especial, como indicaba en su presentación el director general de La Vuelta, Javier Guillem.

El objetivo principal era el visitar estos cuatro países: Holanda, España, Francia y Portugal, convirtiéndonos en uno de los eventos deportivos más relevantes a nivel europeo en 2020.

En su presentación Javier explico que no había mejor lugar para salir durante este año que Holanda, ya que es considerado como un país que aporta mucho al tema del ciclismo y que está muy concienciado tanto el país como su población en el uso de las bicicletas pero debido al COVID-19 por precaución y por las diferentes normas en los países participantes han decidido no continuar con el proyecto, aun así dada a la buena relación entre los países y la correcta manera de actuar en estos momentos no descartan repetir escenario en el año 2022, puesto que el año 2021 ya está cerrada su salida en Burgos.

Como se puede mostrar en la siguiente imagen obtenida de la web oficial de La Vuelta España, este era el cartel oficial de la Vuelta 20, en el que se muestra cada uno de los puntos por los cuales hubieran tenido que pasar los participantes durante cada una de las etapas con el objetivo final de conseguirse alzarse con la victoria tanto en las etapas individuales como en la competición de la Vuelta 20, como ya se publicó Cantabria durante esta edición volverá a formar parte de este evento mundial con una de sus emocionantes etapas alrededor de nuestro maravilloso entorno natural por lo que es un motivo de alegría para nuestra región el que podamos seguir formando parte de este evento que tanto ayuda a nuestra región y a el país a mostrar nuestros recursos ya bien sean naturales o de ocio a los futuros turistas que nos ven desde cualquiera de sus países, ya que genera un gran impacto a nivel internacional y es emitido durante todas las etapas por los respectivos canales principales en deporte de los diferentes países, como puede ser el caso del canal Eurosport que durante muchos años lleva retransmitiendo este evento a sus diferentes telespectadores alrededor del continente europeo.

ALTAMIRA



Ilustración 1: Mapa de la Vuelta 2020

La Vuelta 2020 recorrerá varias localidades de Cantabria, durante su décimo tercera etapa, que partirá de Castro Urdiales y tendrá su meta en Suances como se puede mostrar en la siguiente imagen obtenida de la página oficial de la vuelta España.

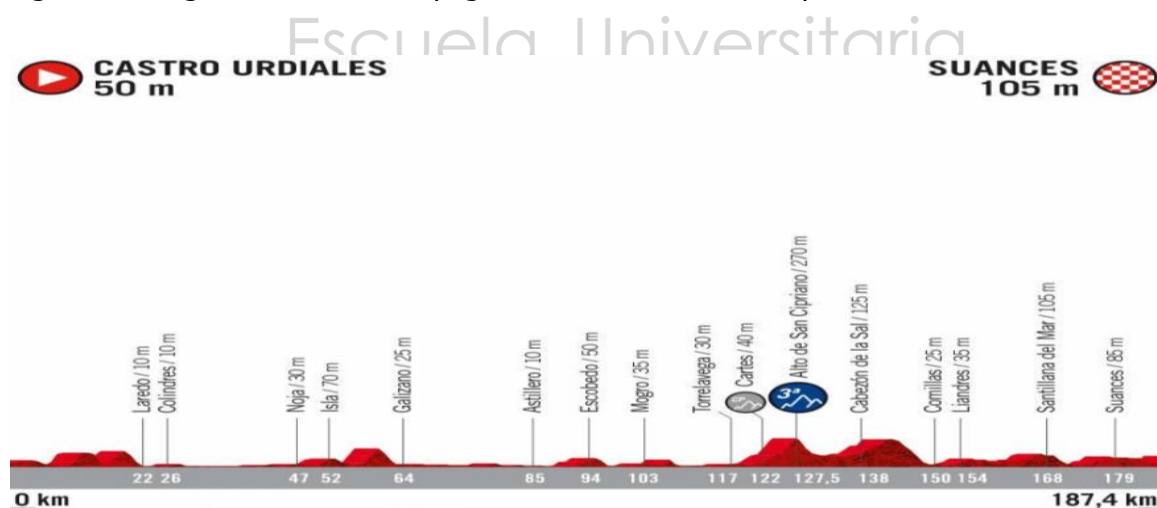


Ilustración 2: Etapa de Cantabria (Castro Urdiales-Suances) de La Vuelta 2020

5.PROBLEMÁTICA AL MEDIR EL IMPACTO ECONÓMICO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS

Son numerosos los inconvenientes que pueden aparecer a medida que los investigadores aplican diferentes métodos para determinar el impacto económico que puede llegar a causar un evento deportivo, pudiendo influir notablemente en la realización y valoración de este. Pedrosa y Salvador (2003), determinaron la existencia de tres tipos de problemáticas dentro de estos eventos, las cuales pueden ser, conceptual, estadística y metodológica.

En primer lugar, se encuentra la problemática de tipo conceptual, que se podría definir mediante la cuestión "¿Qué es el deporte?". Esta pregunta puede llevar a diferentes respuestas, afectando de forma directa al análisis económico de los eventos. Dependiendo de la localización, esta cuestión puede desencadenar diferentes respuestas, en el caso de Norteamérica, más concretamente EEUU, el deporte se considera cualquier práctica deportiva que se ejecuta de forma organizada, mientras que, en Europa, además de eso, se incluye cualquier tipo de actividad física ya sea individual o en grupo, que no requiera una organización previa (como puede ser un encuentro entre amigos para jugar en una pista). A pesar de estas respuestas, no existe una afirmación universal para referirse al deporte, por lo tanto, existen numerosas estructuras de tipo deportivo, trayendo consigo la problemática de medir su impacto económico. En los últimos años, se ha intentado unificar el concepto de deporte, para lograr una definición universal y así concretar su significado, esto se ha intentado llevar a cabo con iniciativas como la de "Sport & Economics" y la elaboración de Libro Blanco del Deporte por parte de la Comisión Europea. Lera (2010) defiende que, mediante estas iniciativas, se alcanzó el objetivo de establecer una definición universal mediante la cual se puede entender el concepto de deporte y así intentar suprimir las problemáticas económicas que residen a su alrededor.

Por otro lado, se encuentra la segunda problemática, enfocada a la estadística. Existen carencias respecto a las estadísticas que relacionan al deporte con la economía. Al no existir un concepto general para referirse al deporte, influye directamente en el ámbito estadístico, ya que no se pueden realizar comparaciones de un término ambiguo. A la hora de realizar el análisis del impacto de un evento deportivo como puede ser La Vuelta '19, se necesitan una serie de documentación que no siempre está al alcance de los profesionales. Uno de los problemas es encontrar la información completa, es decir, la información desglosada de las partidas que corresponden al deporte en las Tablas Input-Output o en la Contabilidad Nacional.

Por otro lado, no existen numerosas empresas dedicadas al mundo del deporte, sino todo lo contrario, son muy escasas, por eso es muy complicado establecer un mercado a estudiar. Las empresas no se dedican plenamente al mundo deportivo, sino que lo combinan con otras actividades que no tienen relación alguna con este ámbito. Esta problemática, no sucede solo con las empresas, sino que los consumidores también están involucrados, puesto que obtienen productos deportivos, que finalmente no son utilizados para el uso por el que fueron creados, si no que únicamente los compran por moda, tal y como defienden Barajas y Salgado (2012). Finalmente, los recursos más utilizados para la evaluación del impacto económico en los eventos deportivos son las encuestas y las entrevistas, que tendrán un papel principal a lo largo de este trabajo. Mediante estas herramientas, obtenemos una mayor fiabilidad en los resultados finales, por lo tanto, contra mayor número de encuestas sean realizadas, será mayor la muestra y tendrá un carácter más representativo, lo que desemboca en una mayor veracidad de los resultados. Este método requiere un gran gasto, tanto económico como de tiempo, lo que hace que se limite el número de muestras y finalmente no se tenga la cantidad de casos suficientes para que los resultados sean completamente veraces.

Finalmente, se encuentran los problemas de carácter metodológico, y sea cual sea el método utilizado en el análisis, siempre van a existir tres carencias inevitables, el efecto sustitución, el desplazamiento y la fuga (Matheson, 2006). En primer lugar, el efecto sustitución surge cuando el gasto realizado en la ciudad o espacio donde se realice el evento, no se debe únicamente al evento en sí, sino que este gasto se hubiera producido de igual manera, aunque no se hubiese celebrado la competición. Debido a esto, la entrada de capital no sería considerada como nueva, sino como un sustituto de otro gasto. En segundo lugar, el efecto desplazamiento se refiere a que el gasto no se produce en el lugar donde se realiza el evento, debido a la realización de este. Finalmente, el efecto fuga se produce cuando el impacto directo del evento, es decir los gastos de los consumidores van directamente a las empresas que forman el evento, no derivan en un aumento del impacto indirecto, las empresas que tienen relaciones con las empresas que forman el evento.

Estos tres problemas son los principales, pero además de ellos, existen otros 8 enumerados por Crompton (1995 y 2006):

- Uso de las ventas en vez de ingresos, para calcular los multiplicadores
- Alterar los multiplicadores del empleo
- No definir el área de interés de manera precisa o Incluir a los espectadores residentes en la localidad de celebración o Incluir a los espectadores que están ahí por casualidad
- Considerar todos los beneficios económicos como beneficios de explotación
- Omitir el coste de oportunidad
- Omitir los costes en general.

Howard y Crompton (2005) desarrollan cuatro principios de inviolabilidad para evitar cometer estos errores:

- No incluir a los residentes locales: Solo tener en cuenta a la gente que acude al evento que no pertenece a la zona y que se introduce en la economía de la sede, pero pertenece a una localidad diferente a esta.
- No incluir a los time switchers y casuales: Con esto, se refiere a aquellas personas que acuden al lugar del evento, no por el evento en sí, si no para visitar el lugar en esas fechas y terminan acudiendo al evento por curiosidad.
- Las ventas no se deben usar como indicador de gasto de las personas que visitan el evento, ya que estos ingresos no tienen una directa relación con un incremento de ventas.
- Asegurarse que la creación de puestos de empleo existe, que tipos de contratos son realizados y porqué se realizan.

Como conclusión, cabe destacar que para la elaboración del siguiente apartado me he apoyado en un informe real de la Universidad de Murcia que hace referencia a la Vuelta 2019 y que fue solicitado por mi parte a la empresa organizadora del evento UNIPUBLIC.

6. INFORME DEL IMPACTO TURÍSTICO Y SOCIAL

La Vuelta es uno de los pocos eventos deportivos internacionales que se celebran anualmente a diferencia de otros eventos deportivos como los Juegos Olímpicos o el Campeonato del Mundo de fútbol, que se realizan con un periodo cuatro años, aun así, logran diferenciarse consiguiendo grandes cifras, incrementando el número de personas y de beneficios.

La Vuelta es un gran evento deportivo a nivel mundial en el área del ciclismo y a su vez, es una herramienta de promoción continua de todos los municipios por los cuales circula la competición cada verano.

Esta competición tiene como gran ventaja que, dada sus características, puede celebrarse en pequeños municipios, lugares con encanto donde la mayoría de los eventos deportivos no pueden producirse por falta de infraestructuras.

Actualmente gracias a todos estos resultados existe un alto nivel de competencia entre las comunidades para organizar una etapa de La Vuelta ya que por otro lado los impactos beneficiosos percibidos y la intensa atención de los medios son grandes incentivos para todas las comunidades tanto a niveles económicos como de promoción turística.

Para realizar este apartado me he apoyado de un informe real realizado por la Universidad de Murcia que hace referencia a datos de la Vuelta 2019.

Los resultados de dicho informe muestran que La Vuelta consigue grandes datos en muchos ámbitos como pueden ser el deportivo, económico, mediático, social y turístico.

En La Vuelta 2019 se llevó a cabo el primer análisis de impacto social y turístico del evento.

Los objetivos principales que se han buscado a través de este análisis son conocer la opinión de la gente que reside en las diferentes localidades que se visitan y sobre los diferentes impactos que produce la Vuelta en las localidades por las que transcurre La Vuelta 2019. Por otro lado, busca conocer la opinión del visitante o turista que se desplaza a disfrutar del evento a otra localidad.

Finalmente, este informe nos permite llegar a conocer la opinión y valoración de los comercios locales sobre los impactos que La Vuelta genera en ellos ya sean positivos o negativos con ejemplos numéricos que nos mostraran los grandes cambios gracias a este evento.

Dentro de las etapas elegidas para realizar el informe se encuentran las dos etapas que pasaron por nuestra comunidad autónoma, tanto la etapa 13 como la etapa 14 a su paso por San Vicente de la Barquera, ya que buscaron que las etapas seleccionadas cubrieran al máximo todas las diversas características y perfiles de montaña para que los datos se acercasen lo máximo posible a el total.

Tipo de etapa	Nº Etapas La Vuelta19	Nº Etapas estudio	%
Contrarreloj	2	1	50,0
Montaña	9	4	44,4
Accidentada	4	2	50,0
Llana	6	3	50,0
Total	21	10	47,6

Ilustración 4: Tipo y número de etapas seleccionadas

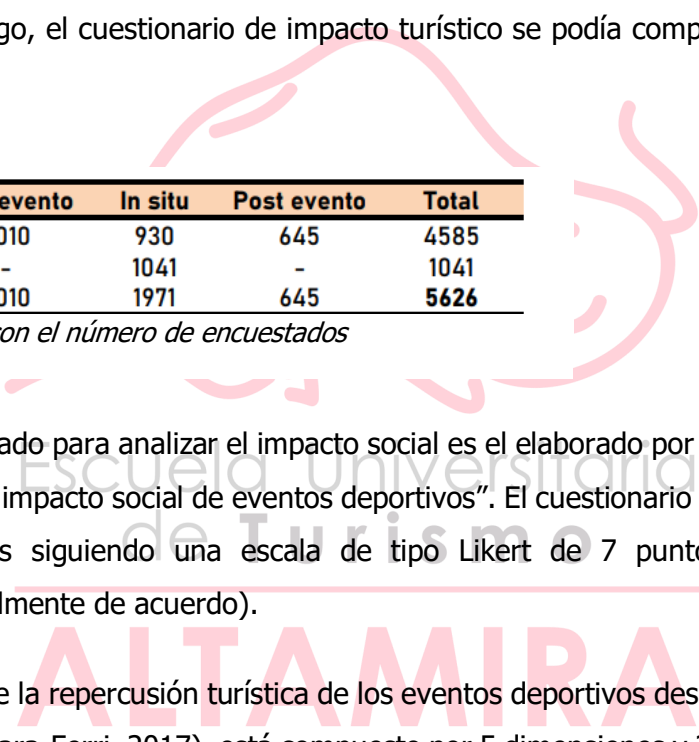
A la hora de realizar el informe, se estableció como población de estudio toda la población perteneciente a las localidades asignadas a las etapas seleccionadas, independientemente de su número de habitantes. Por lo que en nuestro caso se realizó tanto en la etapa que terminó en Los Machucos como en la que comenzó en San Vicente.

El total de personas que fueron encuestadas a través de este estudio rondaron las 5600, a la hora de realizar las encuestas se realizaron en diferentes periodos, por un lado, se realizaron antes del evento (Del 24 de julio al 23 de agosto de 2019) ya que se encargaron de publicar anuncios geolocalizados a través de una conocida red social llamada "Facebook" a todas las personas que residían en las cercanías de las localidades participantes.

En segundo lugar, durante el transcurso de cada una de las etapas(Del 24 al 26 agosto, del 5 al 9 y 15 septiembre), un total de 8 trabajadores junto con el personal de la vuelta se desplazaron a los diferentes municipios y se encargaron de realizar un muestreo presencialmente, este consistía en realizar una encuesta digital en las tablets de los trabajadores desplazados, estos se encontraban normalmente en las zonas con mayor afluencia de gente ya bien en la salida o en la meta de la etapa, también el personal se encargaba de desplazarse entre visitantes con el fin de conseguir un mayor muestreo y finalmente también se decantaron por entregar publicidad con el enlace para aquellos que no tenían tiempo de contestarla presencialmente o que estaban con una mayor atención a la salida o llegada de ciclistas.

La fase final del estudio se realizó después de La Vuelta 2019 (Del 16 de septiembre al 30 de septiembre), por los encuestados en la primera fase que aceptaron recibir un cuestionario final tras el evento en su correo.

Los cuestionarios se realizaron únicamente de forma digital, mediante una encuesta online, accesible para todos los públicos a través de móviles, tablets y ordenadores. Los cuestionarios estuvieron al alcance del público en las fechas siguientes: del 24 de julio al 30 de septiembre de 2019, a través de una aplicación de encuestas creada por la Universidad de Murcia con el fin de obtener los resultados (encuestas.um.es). Estos cuestionarios podían ser rellenados por cualquier persona ya que ofrecían la posibilidad de cambiar el idioma. Por un lado, el cuestionario de Impacto social estaba compuesto por estos idiomas: castellano, catalán y euskera. Sin embargo, el cuestionario de impacto turístico se podía completar en castellano, inglés o francés.



Cuestionario	Pre- evento	In situ	Post evento	Total
Social	3010	930	645	4585
Turístico	-	1041	-	1041
Total	3010	1971	645	5626

Ilustración 5: Tabla con el número de encuestados

El instrumento utilizado para analizar el impacto social es el elaborado por Montesinos (2018), "Cuestionario sobre impacto social de eventos deportivos". El cuestionario estaba formado por 25 ítems evaluados siguiendo una escala de tipo Likert de 7 puntos (1= totalmente desacuerdo, 7=totalmente de acuerdo).

El cuestionario sobre la repercusión turística de los eventos deportivos desde el punto de vista del espectador (Vegara-Ferri, 2017), está compuesto por 5 dimensiones y 21 ítems, evaluados por una escala Likert de 7 puntos, siendo 1 "Totalmente en desacuerdo" y 7 "Totalmente de acuerdo".

6.1 VALORACIÓN IMPACTO SOCIAL

Dentro de los resultados finales de la encuesta sobre el impacto social en la Vuelta 2019, realizada por la Universidad de Murcia, comprobamos que dos tercios de los encuestados eran hombres y un tercio mujeres, la mayoría de ellos en un estado civil de casados y en una situación laboral activa (59,2% contratados por una empresa y 11,1% autónomos).

Respecto a la clase social, la mayoría de las personas que visitaron durante el 2019 la Vuelta se encuentran en una clase social media, siendo muy poco común entre los encuestados el ver familias de clase alta o baja.

Por otro lado, la mayor parte de los encuestados respondieron de manera positiva a la realización de actividades físicas durante su vida diaria, siendo poco común encontrarse con personas que no realizasen ningún tipo de actividad física.

Las preguntas con referencia al seguimiento de la vuelta nos indicaron que casi la mitad de los encuestados iban a optar por seguirla a través de la Televisión (44,4%), un cuarto sin embargo prefería el uso de diferentes redes sociales para su seguimiento. El resto prefería realizar el seguimiento de La Vuelta a través de la prensa o la radio, un pequeño porcentaje optó por no seguir por ningún medio la edición 2019 de la competición.

Los resultados indicaron que los resultados posteriores al evento fueron ligeramente inferiores a los previos, mientras que los resultados durante el evento fueron los más altos, aunque haya un ligero descenso los resultados continuaban siendo positivos.

Los residentes a través de sus encuestas dieron a entender unas intenciones futuras de regreso muy altas, denotando un gran interés en repetir experiencias similares en el futuro (94,0%) y recomendar la experiencia de asistir a La Vuelta a amigos y o familiares (94,6%).

6.2 VALORACIÓN IMPACTO TURÍSTICO

En cuanto al impacto turístico provocado por la Vuelta 2019, se destaca gracias a los resultados de las encuestas el predominio del turista nacional durante la Vuelta 2019 siendo un 82,4% ante el 17,6% procedente del extranjero.

Al igual que la mayoría de los residentes, los turistas también respondieron de forma positiva en su gran mayoría a la respuesta relacionada con la realización de actividades físicas.

Cabe destacar que la mayoría de los visitantes accedían a las diferentes etapas en su propio vehículo, seguido de otros transportes y de la propia bicicleta. Gran parte de ellos recorrían distancias de hasta 151 km para poder presenciar esta competición. La media exacta de personas era 2,8 por vehículo y según muestran los datos, existe un predominio del turismo familiar, que ronda el 70%.

En resumen, la mayoría de ellos no descartan su vuelta, ya que se vieron sorprendidos con el buen trato por parte de la organización y en su gran mayoría les gusto las diferentes zonas por las que transcurre la etapa, aunque gran parte de ellos no llegaron a pernoctar.



7. IMPACTO EN CANTABRIA

Como se puede mostrar en las dos siguientes imágenes la mayoría de los visitantes que deciden visitar nuestra comunidad para disfrutar de esta competición provienen de la península, sin rastros de ningún extranjero procedente de algún país internacional.

Más en concreto se puede observar cómo en su gran mayoría provienen de las comunidades fronterizas, como son el País Vasco y Asturias, sin embargo, en su paso por San Vicente en la etapa número 14 de la Vuelta 2019 se nos muestra como el visitante a la etapa también procede del territorio nacional, pero con una mayor diversidad de procedencia no únicamente del norte de la península sino también del resto de puntos del mapa.

Esto no significa que no nos visite el turista extranjero ya que durante el transcurso de la competición puede que en su gran mayoría el turista que nos visite provenga de sitios cercanos y sea un turista nacional, pero a medio o largo plazo el pertenecer a dicho evento puede que sea clave para futuras visitas internacionales, ya que este evento se emite en multitud de países, participan equipos de diferentes países por lo que puede dejar huella en diferentes personas, las cuales se vean interesadas por conocer el entorno natural o los sitios de ocio de nuestra comunidad y decidan durante los años siguientes el visitarnos.

En parte este impacto que puede llegar a producir es sobre todo gracias a los medios de comunicación, ya que al ser uno de los principales eventos de turismo junto por ejemplo con el Tour de Francia o el Giro de Italia, es emitido al igual que los dos anteriores por la mayoría de países europeos y también por países pertenecientes a otros continentes los cuales son amantes de este deporte o tienen un deportista de elite visitándonos o un equipo de ciclismo perteneciente a su país y que durante los últimos años este realizando la competición.

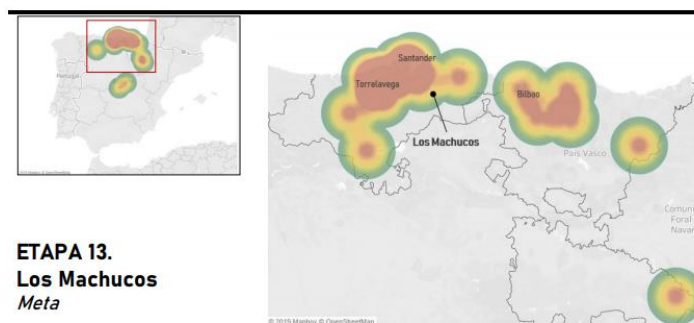


Ilustración 6: Mapa de la etapa 13

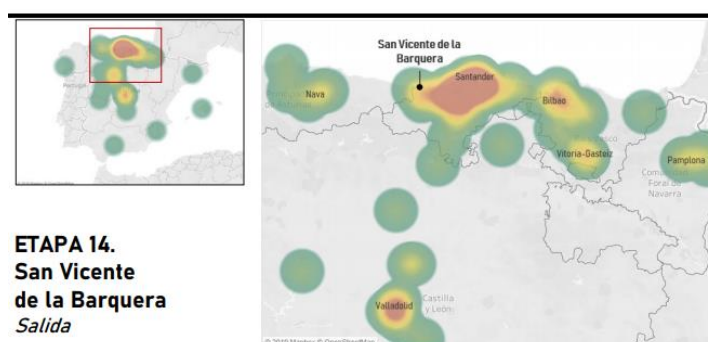


Ilustración 7: Mapa de la etapa 14

Al igual que a nivel nacional, en Cantabria y en sus dos etapas que transcurren por sus tierras se realizaron las encuestas anteriormente mencionadas, las cuales demostraban el lujo que es para una región como la nuestra el poder ser partícipes de esta competición tanto a nivel económico como de promoción nacional para las personas que nos visitan, e internacional para todos los que nos siguen a través de internet o con las diferentes emisiones en directo.

El perfil del turista fue hombre de edad mediana proveniente de otras provincias españolas, casado, un nivel medio alto y perteneciente a la clase media.

La valoración de la localidad por el turista mostró que los municipios disponían de buenas opciones y oportunidades para el ocio y entretenimiento, destacando el papel de la hostelería y la riqueza cultural de la zona que sorprendió a los visitantes, siendo los dos máximos alicientes para que los turistas regresen en un futuro.

8. IMPACTO MEDIÁTICO DEL EVENTO DEPORTIVO

La Vuelta pertenece al show final de la temporada ciclista, como bien se sabe junto con el Giro de Italia que se realiza en mayo y el Tour de Francia en Junio, son los tres 'Grand Tours'.



Ilustración 8: Esquema sobre el impacto mediático de la Vuelta 2019

Como se puede ver en la imagen insertada justo encima de este texto, la Vuelta es un evento deportivo internacional que se encuentra en continuo crecimiento y que poco a poco está consiguiendo llegar a todos los rincones del mundo.

Actualmente en la pasada edición hubo 1130 periodistas acreditados los cuales se encargaron de informar día a día por nuestro país a sus respectivos países del transcurso de cada una de las etapas que formaban la vuelta 2019, en un total de 341 medios provenientes de todo el mundo que sumaban entre todos, un total de 34 diferentes nacionalidades.

En la siguiente imagen se puede mostrar cómo se emite la Vuelta alrededor de los diferentes continentes cubriendo un numero de 190 países.



Ilustración 9: Esquema sobre el impacto televisivo de la Vuelta 2019

Nuestro país, como líder y anfitrión de la competición, es quien lidera la lista de audiencias con más de 1,5 millones de telespectadores de media emitiendo la competición en directo por la televisión española (canal 1) y a su vez también por Eurosport. En este top 5 le siguen Colombia, la cual emite la competición a través de Caracol tv y ESPN, con más de medio millón de espectadores de media.

En tercer lugar, se encuentran los Países Bajos que lo emiten en directo a través de NPO1 y Eurosport, con poco menos de medio millón de telespectadores. Finalmente se encuentran Bélgica y Alemania quien también lo emiten en Eurosport y sus cifras rondan los 300.000 y 150.000 telespectadores siguiendo la competición en directo.

Según Nielsen Sports (2017) la audiencia acumulada de la competición ronda los 158 millones de telespectadores con una media diaria de 4.5 millones.

En España la Vuelta es uno de los pocos eventos deportivos que se emite en abierto a diferencia de claros ejemplos como pueden ser la Primera y Segunda División de La Liga de Fútbol Profesional a través de Movistar TV, al igual que la liga Endesa de baloncesto o diferentes eventos de automovilismo como la MotoGP que se emite por DAZN o la Formula 1 también por Movistar TV.

Las audiencias a nivel nacional suman, en TV1, 147 horas de difusión ya bien sea en directo o redifusión, con 1.5 millones de media por etapa de telespectadores lo que cubre un 13,6% de cuota, por otro lado, en Eurosport tienen unos 110.000 telespectadores que cubren 1,3% de cuota.

A su vez a través de la web oficial muchas personas se informan a cerca de la Vuelta, en la pasada edición 3M de visitantes únicos interactuaron en la web aumentando en un 18% el año anterior, a su vez hubo 46M de visitas a la web, aumentando en un 14,4% el año anterior.

La vuelta también posee una app para todos los dispositivos la cual ya ha sido descargada por 250.000 usuarios alrededor de todo el mundo.

En sus diferentes redes sociales se han visto una cantidad de 25M de videos que vienen de la suma de 2.5M en YouTube, 15.5M en Facebook y 7M en Twitter.

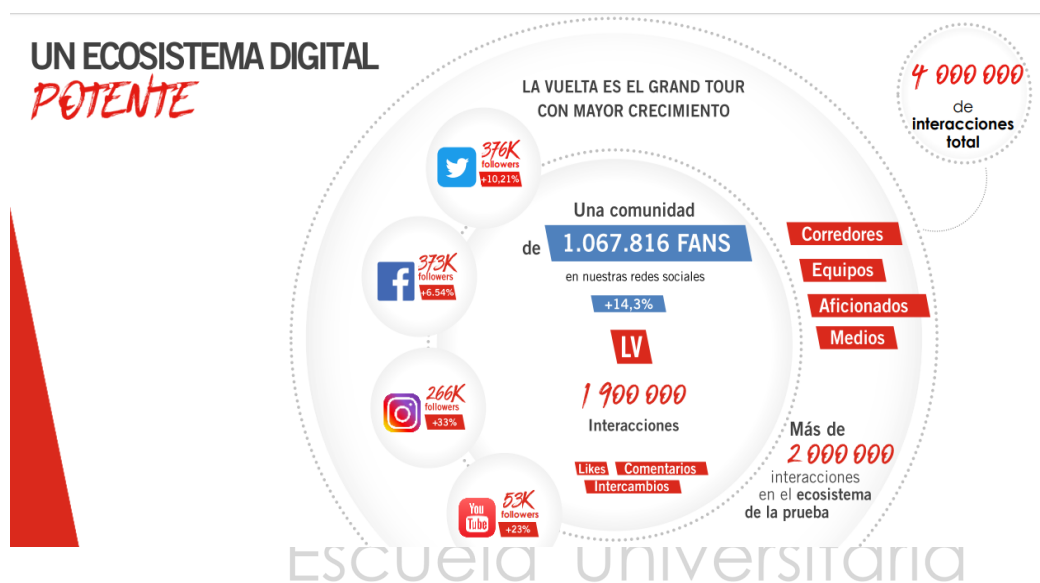


Ilustración 10: Esquema sobre el crecimiento en RRSS de la Vuelta 2019

Como se muestra justo en la imagen que se encuentra encima de este texto La Vuelta actualmente continua en crecimiento y año tras año supera sus cifras. En esta imagen se muestra el claro impacto que ha sufrido la vuelta en sus RRSS, mostrándose un aumento en todas y cada una de las redes sociales en las que se encuentran disponibles y se muestran a nivel mundial.

Por otro lado, se encuentra la audiencia sobre el terreno, que rondan los 3.5M de personas multiplicando por tres las cantidades obtenidas en el año 2014. Con un porcentaje cercano a la mitad de las personas que la viven en familia y en grupos con 3-4 personas, siendo dos tercios de estos hombres y el numero restante mujeres.

Los visitantes tienen un promedio *in situ* de 3h 36m, mientras que las personas que visitan Parque-vuelta gastan más tiempo rondando las 4h y 48m.

9. IMPACTO EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE CANTABRIA

Para realizar el siguiente apartado, me he puesto en contacto con cuatro diferentes establecimientos de la región, con el objetivo de mostrar la opinión de estos, no siendo todos de la misma localidad, para así poder obtener una información más diversa y real del impacto que esta causa en ellas.

Por un lado, he elegido el Hotel Bahía es uno de los más emblemáticos de la ciudad de Santander, hotel de 4 estrellas ubicado frente a la bahía, con este establecimiento mantuve una conversación mediante correos electrónicos con su director, Sergio Peón, el cual destacó que, "el paso de La Vuelta en nuestra región deja una huella muy localizada, lo que significa que en su caso sí La Vuelta no sale de Santander o de sus alrededores el impacto en la capital es muy bajo y se notará mucho más en las zonas por donde transcurra la etapa. En el caso del año pasado, destacaría San Vicente y sus alrededores llevándose la mayoría de las pernoctaciones y únicamente a los establecimientos situados en la capital llegarían un 10/15 % de las habitaciones." (Peón, 2020)

En segundo lugar, tomé como ejemplo un establecimiento situado en San Vicente de la Barquera, para ver desde dentro el impacto que tuvo la anterior etapa de La Vuelta 19.

Me puse en contacto con el hotel Faro de San Vicente, con su directora Patricia Diaz. El Hotel se encuentra en la apacible localidad de San Vicente de la Barquera, a 10 kilómetros de Comillas y a media hora de Santander. Su ubicación permite visitar los principales monumentos del casco antiguo como el Castillo del Rey, la Torre del Preboste y la Iglesia de Santa María de los Ángeles. Su directora Patricia me respondió a una serie de preguntas que le realice a través de una entrevista vía correo (ver Anexo). Al igual que anteriormente Sergio director del Hotel Bahía me informo, Patricia destacó una alta ocupación en su establecimiento cuando la vuelta empieza o finaliza en San Vicente de la Barquera, en gran parte gracias a las reservas de los grupos de ciclistas participantes en la prueba.

Por otro lado, me informó que el pasado año coincidió en fechas de fin de semana y no causo tanto impacto ya que el hotel en concreto tenía reservas más duraderas y no pudo alojar a gente únicamente durante el día de la etapa ya que no salía económico.

Bajo su punto de vista, cree que "los dos puntos más importantes de los que se obtienen los beneficios son, en primer lugar, por el equipo que traen consigo, y secundariamente por la expectación que crean y que hace que los residentes y visitantes de las localidades por donde pasan se animen a acercarse para verlo y de paso consuman en los negocios aledaños. Aunque, es cierto que sobre todo se nota cuando se trata de etapas en las que la vuelta comienza o finaliza en la localidad en cuestión." (Díaz,2020)

Finalmente, Patricia llegó a la conclusión de que La Vuelta crea en la comunidad un impacto más grande en el tema de promoción, ya que es un evento que retrasmiten mundialmente y la gente puede observar los recursos naturales de nuestra comunidad que, a nivel económico, pues piensa que las etapas son muy largas y en un día pasan por nuestra comunidad, no como por ejemplo en otros eventos deportivos como pueden ser la regatas o campeonatos de surf.

En tercer lugar, me puse en contacto con el Hotel Torresport y su jefe de recepción Jesús Martínez quien también me ofreció una pequeña entrevista a través del correo electrónico (ver anexo). Es un hotel de 4 estrellas situado en la localidad de Torrelavega en el centro de Cantabria.

En el Hotel Torresport destacan el impacto que crea el paso de esta en el mes de septiembre, ya que es un hotel estacional y en el mes de Agosto se encuentran en temporada alta, pero sin embargo en Septiembre este paso de La Vuelta les ayuda a completar sus habitaciones. Al igual que Patricia, Jesús destacó la importancia en el impacto económico dependiendo el número de noches que pernocten ya sea a nivel de gasto interno o a nivel del gasto del cliente en el establecimiento.

Jesús me informó de que "es una inversión a corto plazo debido a todo lo que gastan los clientes en los diferentes establecimientos en el paso de la etapa, pero también es una inversión a medio y largo plazo ya que como bien indicaba es un punto fuerte de promoción el conseguir que La Vuelta pase por tu comunidad autónoma". (Martínez, 2020)

Por último, decidí ponerme en contacto con el Hotel Abba Comillas Golf, hotel de 4 estrellas situado en el centro de los terrenos del campo de golf Rovacías, cuenta con un complejo de 55 habitaciones, incluye servicios de Spa y gimnasio y a su vez cuenta con un centro de salud y belleza para aquellos que decidan buscar un bienestar corporal con la ayuda de sus profesionales.

Para contactar con el establecimiento, decidí hacerlo a través del correo electrónico, con una breve encuesta (ver Anexo) la cual fue respondida por un miembro de la dirección del hotel llamado Isidro Ruiz.

“En el caso de este hotel, La Vuelta genera un gran impacto en su paso por la región, dejando aproximadamente un 3% del total de su facturación anual.

En el caso del hotel Abba, destaca que gran parte del establecimiento se ocupa literalmente por equipos de la competición y el resto por miembros de la organización, por lo que la mayor parte de los visitantes a su establecimiento forman parte de manera directa de dicho evento.” (Ruiz, 2020)

Por último, al igual que el resto de los directores con los que hemos contactado, Isidro cree que es un factor muy positivo tanto a nivel económico como de promoción para Cantabria, y si el tuviese la opción siempre intentaría organizar alguna etapa de La Vuelta en nuestra región.

En resumen, podemos destacar que el paso de La Vuelta para los establecimientos hoteleros en su mayoría es positivo ya que los diferentes establecimientos han respondido positivamente a la pregunta de si les gustaría un futuro retorno de la vuelta por tierras cántabras. Destaca que el turista es mayoritariamente nacional, rondando los 50 años y por lo general, predomina la estancia de familias. Respecto al número de pernoctaciones oscilan entre 1 y 2 noches predominando una única noche debido a la corta duración de la etapa en nuestra comunidad.

Cabe destacar que el impacto que genera este paso de La Vuelta en Cantabria a nivel económico es notable pero no muy duradero ya que las etapas son cortas y en único día se realizan, pero permiten en el mes de septiembre ayudar a ciertos establecimientos con un grave problema como es el de la estacionalidad. Si bien es cierto que esta ayuda es mayoritariamente a los establecimientos hoteleros más cercanos a la localidad por donde se realice la etapa como bien comentaba Sergio el director del Hotel Bahía, ya que tanto el público como los participantes y sus equipos se hospedan en el lugar más cercano posible a donde se va a comenzar la siguiente etapa o donde se ha finalizado la anterior.

En segundo lugar destacan un alto impacto a nivel de promoción a través del boca oreja entre competidores , sus equipos y el público general el cual se hospeda en sus establecimiento lo

que puede favorecer a un aumento de futuras reservas y visitas en nuestra comunidad, pero también un alto nivel de promoción gracias a los medios de comunicación que lo emiten en directo a nivel mundial y se pueden observar las imágenes de la naturaleza que poseemos en Cantabria que puede hacer pensarse al turista el visitarnos.

Finalmente, Isidro también opina sobre lo importante que puede llegar a ser en el caso de su establecimiento en Comillas, el cual nos comentaba en su encuesta, que únicamente dicho evento llegaba a provocar un 3% de la totalidad de facturación del hotel Abba, situado en Comillas, durante todo el año y que veía una gran oportunidad a través de esta competición de poder aumentar los ingresos en los establecimientos hoteleros de nuestra región con el paso de La Vuelta Ciclista a España.



10. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS/RECOMENDACIONES

El sector turístico actualmente es considerado como uno de los principales motores de la economía española, esto sumado a que actualmente en nuestro país la afición por el deporte ha sufrido un gran incremento, siendo uno de los principales países con mayor afición a este, hace que España sea uno de los grandes destinos para celebrar cualquier tipo de evento deportivo con la garantía de cumplir e incluso superar cualquiera de las expectativas propuestas.

La afición por toda la población junto con las condiciones climatológicas y las diferentes características de nuestra Península permiten que nuestro país albergue multitud de competiciones anualmente.

Los eventos deportivos producen un gran impacto económico en los sitios por los que transcurren, lo que justifica la necesidad de organizarlos, como puede ser el caso de nuestro ejemplo, La Vuelta Ciclista a España, siendo complicado para las diferentes comunidades autónomas el poder obtener una de las etapas que forman la competición.

La elección de nuestro evento tenía como fin, el conocer el impacto que puede generar un tipo de evento que se celebra de manera anual en las ciudades españolas.

A través de este estudio he descubierto que, tanto el impacto directo como el impacto indirecto que se genera en la actividad económica, justifican el gasto que realizan tanto las diferentes Administraciones como los patrocinadores en nuestra región, siendo los propios hoteleros quienes nos han mostrado su interés ante una posible vuelta en futuras ediciones.

La Vuelta Ciclista a España es un evento el cual continúa creciendo y no se encuentra estancado, del cual destaca en gran parte el impacto mediático que en los últimos años está consiguiendo. La proyección tanto a nivel nacional como a nivel internacional a través de televisión y las redes sociales ha quedado demostrada con las audiencias millonarias que siguen cada una de las etapas a través de los diferentes streamings de cada uno de los países que lo emiten.

Como bien nos han indicado los distintos expertos hoteleros, el principal turista que acude a la vuelta es el nacional, por lo que el impacto mediático puede ser en gran parte una ayuda para la futura llegada en medio-largo plazo del turista extranjero, quien, a través de los

diferentes medios televisivos u online, consigue descubrir nuestra región y nos visitará en futuras ocasiones.

Es un privilegio para una comunidad autónoma como Cantabria, el poder disfrutar de un evento con tanto nivel dentro del deporte, y trae consigo una mejora notable del turismo en ciertos municipios en los cuales si no es por las etapas no serían tan frecuentados.

En el caso de Cantabria, ayuda en cierto modo a combatir el gran problema de nuestra región, como puede ser la estacionalidad, eso sí, en los alrededores de los municipios afectados por La Vuelta, no en toda la comunidad. Por lo que, si fuese posible, sería un punto a favor, el conseguir un par de etapas, que lograsen cruzar nuestra comunidad, desde la propia capital hasta sitios más lejanos de esta, y ocupar un amplio abanico con el que ganar diversidad en las reservas y producir un impacto a un mayor en todo el sector turístico y hotelero de nuestra comunidad.

Durante los años que viene celebrándose este evento en Cantabria, los beneficios para la región, para las localidades cercanas y para la Comunidad han sido evidentes.

Un claro ejemplo de estos, son los miles de turistas que ha atraído la celebración de estas etapas, los cuales han realizado miles de reservas y compras en los hoteles, restaurantes, comercios de la comunidad, aumentando el uso de los recursos en nuestro destino turístico.

Por otro lado, como ya hemos observado, las altas tasas de ocupación registradas en los hoteles cercanos a los municipios por donde pasa La Vuelta, los días en los que se desarrolla (en el caso de Cantabria, normalmente un único día) este acontecimiento deportivo, ha contribuido a desestacionalizar la región, como puede ser el caso de San Vicente de la Barquera en la pasada edición , generando aún más beneficios en forma de empleo para los residentes e ingresos para todos los negocios situados en la zona por la que pasa La Vuelta.

Bajo mi punto de vista, opino que actualmente la rama del turismo relacionado con los eventos deportivos podría ser aún más explotada en nuestra región, si es verdad que estos últimos tiempos ha aumentado en gran parte la visita de turistas a grandes citas como el Mundial de Vela o diferentes eventos relacionados con el surf, pero aun así actualmente la población ha descubierto una nueva pasión dentro del deporte, y estaría dispuesta a recorrer el mundo entero si le diesen la oportunidad de disfrutar en directo de uno de sus favoritos eventos deportivos.

Tras la pandemia del COVID-19 que ha afectado a todo el mundo, a todos los sectores, y en especial al sector turístico, nos visitará en otoño La Vuelta 20, creo que esta va a ser un punto muy positivo para la región si logra mantener su etapa, ya que se disputará en una época difícil para Cantabria, y logrará atraer un mayor número de turistas a la región y conseguir un aumento de la demanda en el sector hotelero, ya sea con la llegada de los participantes y sus equipos o con estos y los diferentes seguidores que año tras año esperan estas fechas para disfrutar de La Vuelta.

Si para cuando se realice la competición, todavía sigue habiendo restricciones a la hora de acudir la población, los establecimientos hoteleros no perderán todos los ingresos, ya que de todos modos los medios de comunicación y los equipos competidores, formados por el staff técnico, los propios participantes y sus familias, se alojarán en los diferentes establecimientos hoteleros de la región dejando un beneficio importante para el sector turístico.

Los establecimientos hoteleros, deberán adaptarse a la situación, cumpliendo con toda serie de medidas, para que los visitantes al evento se encuentren en perfecto estado y con total seguridad al alojarse en su establecimiento, para que su estancia sea lo más agradable posible y no duden en volver en los próximos años.

11. INDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1: Mapa de la Vuelta 2020	14
Ilustración 2: Etapa de Cantabria (Castro Urdiales-Suances) de La Vuelta 2020	14
Ilustración 3: Reorganización de los tres grandes eventos en 2020	15
Ilustración 4: Tipo y número de etapas seleccionadas	20
Ilustración 5: Tabla con el número de encuestados	21
Ilustración 6: Mapa de la etapa 13	24
Ilustración 7: Mapa de la etapa 14	25
Ilustración 8: Esquema sobre el impacto mediático de la Vuelta 2019	26
Ilustración 9: Esquema sobre el impacto televisivo de la Vuelta 2019	27
Ilustración 10: Esquema sobre el crecimiento en RRSS de la Vuelta 2019	28



12. BIBLIOGRAFÍA

Agencia EFE. 2019. Turismo Deportivo. "El turismo deportivo ha crecido en España un 41% en siete años" [Consulta 23-2-2020]. Disponible en <https://www.efe.com/efe/andalucia/turismo/el-turismo-deportivo-ha-crecido-en-espana-un-41-siete-anos/50001110-3996364>

Blázquez, A. (2014). La comercialización del producto "turismo deportivo". Revista Dimensión Empresarial, vol. 12, núm. 2, p. 46-58

Barajas, Á., & Salgado, J. (2012). Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos. Estudios de Economía Aplicada.

Fernández Allés, M (2014) El impacto turístico de los eventos deportivos: Un estudio de caso. García Mena, F(Dir.) Investigación, Universidad de Cádiz. Disponible en <https://revistas.um.es/turismo/article/download/195651/160101/>

Gibson, Heather (1998). Sport Tourism: A crytical anaylsis of research. Sport Management Review, 1, pp 45-76.

Howard, D., & Crompton, J. (2005). Financing Sports 2nd Edition, Morgan-town. Fitness Information Technolog.

La Vuelta España. 2019. La Historia de la Vuelta. EL recorrido de su 75ª edición [Consulta 23-2-2020] Disponible en <https://www.lavuelta.es/es>

Lera, F. (2010): Una aproximación al deporte desde la economía. El papel de la Fundación Observatorio Económico del Deporte (FOET). Encuentro Nacional de Observatorios del Deporte, 3-5 Noviembre 2010, Sevilla.

Matheson, V. (2006). Mega-Events: The effect of the world's biggest sporting events on local, regional, and national economies. Department of Economics, College of the Holy Cross.

Montesinos, E. (2018). Validación del cuestionario de percepción social del residente en pequeños/medianos eventos deportivos. TFM. Murcia: Universidad de Murcia.

Palomo, V (2019) "Estos son los destinos preferidos para hacer turismo deportivo en España". Diario el País, 20 de Julio de 2019, [Consulta 18-2-2020]

Sean Gammon & Tom Robinson (1997) Sport and Tourism: A Conceptual Framework, Journal of Sport & Tourism, 8:1, 21-26,

Vegara-Ferri, JM. (2017). Diseño y validación de un cuestionario sobre la repercusión turística de los eventos deportivos (RETED). Trabajo Fin de Master. Murcia: Universidad de Murcia.



13. ANEXOS

13.1. ANEXO 1



ENTREVISTA HOTEL FARO DE SAN VICENTE



OBJETIVO: Conocimiento del impacto turístico de La Vuelta a su paso por Cantabria tanto a nivel del establecimiento como de la comunidad autónoma.

PREGUNTAS

P₁ - ¿Durante el paso de la Vuelta notaron un aumento en la tasa de ocupación de su establecimiento?

P₂ - ¿Crees que aporta en gran parte beneficios a los comercios locales?

P₃ -Dentro de los visitantes a su establecimiento durante la pasada etapa, en porcentaje ¿el nacional que nivel representa?

P₄ ¿Cuál sería el modelo de turista que os visita durante todo el año? ¿Y durante el paso de La Vuelta? ¿Conoce algún perfil de turista que tras su paso por su establecimiento retornara con una finalidad totalmente distinta al evento deportivo y más como visita turística de la región?

P₅ - ¿Le gustaría el retorno de la vuelta en futuras ediciones?

P₆ - Bajo su punto de vista, ¿Cree que La Vuelta causa un gran impacto en su paso por nuestra Comunidad? ¿A nivel económico, de promoción turística o ambas?

ALIANZA

13.2. ANEXO 2



ENTREVISTA HOTEL TORRESPORT



OBJETIVO: Conocimiento del impacto turístico de La Vuelta a su paso por Cantabria tanto a nivel del establecimiento como de la comunidad autónoma.

PREGUNTAS

P₁ - ¿Durante el paso de la Vuelta notaron un aumento en la tasa de ocupación de su establecimiento?

P₁ - ¿Crees que aporta en gran parte beneficios a los comercios locales?

P₁ - Dentro de los visitantes a su establecimiento durante la pasada etapa, en porcentaje ¿el nacional que nivel representa?

P₁ - ¿Cuál sería el modelo de turista que os visita durante todo el año? ¿Y durante el paso de La Vuelta? ¿Conoce algún perfil de turista que tras su paso por su establecimiento retornara con una finalidad totalmente distinta al evento deportivo y más como visita turística de la región?

P₁ - ¿Le gustaría el retorno de la vuelta en futuras ediciones?

P₁ - Bajo su punto de vista, ¿Cree que La Vuelta causa un gran impacto en su paso por nuestra Comunidad? ¿A nivel económico, de promoción turística o ambas?

ria
de turismo
ALTAMIRA

13.3. ANEXO 3



ENTREVISTA HOTEL Abba Comillas Golf Hotel

OBJETIVO: Conocimiento del impacto turístico de La Vuelta a su paso por Cantabria tanto a nivel del establecimiento como de la comunidad autónoma.

PREGUNTAS

P, - En el caso de su establecimiento, ¿Es grande el impacto generado por La Vuelta?

P, - Dentro de los visitantes a su establecimiento durante la pasada etapa, en porcentaje ¿el nacional que nivel representa?

P, ¿Cuál sería el modelo de turista que os visita durante el paso de La Vuelta? ¿Conoce algún perfil de turista que tras su paso por su establecimiento retornara con una finalidad totalmente distinta al evento deportivo y más como visita turística de la región?

P, ¿En su establecimiento se suele alojar algún equipo participante?

P, - ¿Le gustaría el retorno de la vuelta en futuras ediciones?

P, - Bajo su punto de vista, ¿Cree que La Vuelta causa un gran impacto en su paso por nuestra Comunidad? ¿A nivel económico, de promoción turística o ambas?

ria
de Turismo

ALTAMIRA